

Presse-Information  
16. März 2016

## **BMW Group veröffentlicht Sustainable Value Report 2015.**

**München 16. März 2016.** Zeitgleich zu Ihrer Bilanzpressekonferenz am 16. März 2016 hat die BMW Group ihren aktuellen Nachhaltigkeitsbericht – den Sustainable Value Report 2015 – veröffentlicht.

Die BMW Group steht zu ihrem Bekenntnis zum Global Compact der Vereinten Nationen, dessen zehn Prinzipien sie seit 2001 an allen Standorten umsetzt – und berichtet jährlich über Nachhaltigkeitsstrategie, Ziele und Fortschritte in ihrem umfangreichen Nachhaltigkeitsbericht.

Harald Krüger, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG: „Ziel unseres Handelns ist es, die Mobilität der Zukunft zu gestalten. So sichern wir unsere Spitzenposition als erfolgreiches Unternehmen. Bis 2020 haben wir uns konkrete Nachhaltigkeitsziele gesetzt. Und auch 2015 sind wir mit unseren Projekten und Maßnahmen diesen Zielen ein großes Stück näher gekommen.“

Ausgewählte Fakten des Sustainable Value Report 2015:

- Mit ihrer Efficient Dynamics Strategie hat die BMW Group die CO<sub>2</sub>-Emissionen ihrer Fahrzeugflotte weltweit um 39,5 Prozent im Vergleich zum Basisjahr 1995 gesenkt.
- Dank ihres Clean-Production-Konzepts hat die BMW Group den Ressourcenverbrauch in ihren Werken seit dem Jahr 2006 im Schnitt um 48,1 Prozent gesenkt. Dadurch hat die BMW Group Einsparungen in Höhe von über 158 Mio. Euro erzielt.
- Beim Strombezug hat das Unternehmen 2015 den prozentualen Anteil aus erneuerbaren Quellen auf 58 Prozent gesteigert.
- Die BMW Group hat 2015 insgesamt 352 Mio. Euro in die Kompetenzen ihrer Mitarbeiter investiert. Die Aufwendungen für Aus- und Weiterbildung im Jahr 2015 sind damit um rund 5 Prozent gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

## Presse-Information

Datum

16. März 2016

Thema

BMW Group veröffentlicht Sustainable Value Report 2015.

Seite

2

Der Sustainable Value Report der BMW Group kann ab sofort online unter [www.bmwgroup.com/svr](http://www.bmwgroup.com/svr) heruntergeladen werden. Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit den Guidelines der Global Reporting Initiative (G4) erstellt. Alle Daten, Fakten und qualitativen Aussagen des Berichts wurden von der unabhängigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PriceWaterhouseCoopers geprüft.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**BMW Group Unternehmenskommunikation**

Kai Zöbelein  
Kommunikation Nachhaltigkeit  
Telefon: +49 (0)89 382-21170  
E-Mail: [Kai.Zoebelein@bmw.de](mailto:Kai.Zoebelein@bmw.de)

Andreas Klugescheid  
Leiter Steuerung Politik und Außenbeziehungen, Kommunikation Nachhaltigkeit  
Telefon: +49 (0)89 382-23661  
E-Mail: [Andreas.Klugescheid@bmw.de](mailto:Andreas.Klugescheid@bmw.de)

**Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>